



Las trampas del deseo

Frida Fernanda Herrera Vázquez

Resumen

Existen diferentes aspectos económicos, emocionales, racionales donde es importante conocer y analizar cómo éstos pueden llegar a influir en nuestra toma de decisiones.

Palabras clave

Decisión, deseo, comportamiento, influencia

Abstract

There are different economic, emotional and rational aspects where it is important to know and analyze how these can influence our decision-making.

Key words

Decision, desire, behavior, influence

Introducción

En esta interesante publicación estaremos analizando algunos capítulos del libro "Las trampas del deseo" de Dan Ariely con el fin de entender un poco más el porqué tomamos nuestras decisiones las cuales pueden ser influenciadas no siempre por lo racional o lo lógico, sino que existen otros factores que podrían afectar el rumbo de nuestros pensamientos. Dan Ariely, profesor de psicología y economía del comportamiento en la Universidad de Duke, explora los aspectos irracionales de nuestras decisiones cotidianas. A partir de experimentos punteros, Ariely demuestra que nuestras decisiones están influenciadas por una serie de factores psicológicos, como los sesgos cognitivos, los instintos y las emociones.

El ser humano por naturaleza, tiende a equivocarse y a incurrir a los errores porque es de la manera en la que aprendemos, y en estos estudios por entender este comportamiento surgen situaciones cotidianas en las que podríamos analizar un poco más profundo estas decisiones.

Desarrollo

¿Por qué las opciones nos distraen de nuestro principal objetivo? Es importante cuestionarnos varias preguntas, como el ¿por qué simplemente no nos podemos comprometer? El hecho de que nos sintamos obligados a seguir manteniendo la mayor cantidad de puertas abiertas, incluso cuando eso cueste mucho.

En 1941, el filósofo Erich Fromm escribió un libro titulado El miedo a la libertad. En una democracia moderna él comentaba que la gente se ve acosada, no por la falta de oportunidades, sino por la abundancia que existe de éstas. En nuestra sociedad actual este hecho se halla especialmente acentuado ya que constantemente se nos recuerda que podemos hacer todo lo que queramos y ser todo lo que deseamos, aunque el único problema es estar a la altura de ese sueño. Debemos evolucionar de todas las maneras posibles; debemos experimentar todos los aspectos de la vida; debemos asegurarnos de que, de las mil cosas que uno tiene que ver antes de morir, nosotros no vayamos a quedarnos en la 999. Pero aquí surge una cuestión: ¿no estamos queriendo abarcar más de la cuenta? La tentación que describía Fromm, es la misma que nosotros observamos cuando veíamos a nuestros participantes ir corriendo de puerta en puerta. Por lo tanto ¿qué podemos hacer al respecto? Empezamos siendo conscientes y cerrar alguna de nuestras puertas, las que resulten fáciles de cerrar.

¿Por qué la mente obtiene lo que espera? "Las mejores cosas de la vida son inesperadas porque no teníamos expectativas", dijo Eli Khamarov. La palabra expectativa proviene del latín *expectare*, que a su vez está compuesto por el prefijo "ex", que indica "fuera" y el vocablo "spectare" que significa ver o contemplar. Por lo tanto, podemos decir que la expectativa desde su propia etimología, consiste en esperar que ocurra aquello que se desea. Entonces es la proyección de una esperanza o un anhelo, ya sea sobre los eventos o sobre las personas. (Suárez, 2023)

Cuando creemos que algo será bueno, normalmente resulta ser bueno; Cuando pensamos que algo va a estar mal, resulta que está mal. Pero ¿qué tan profundos son estos efectos? ¿Cambian simplemente la manera en que pensamos acerca de una experiencia particular, o cambian la psicología de la experiencia misma? En otras palabras: ¿puede el conocimiento previo realmente cambiar la actividad neuronal detrás del gusto mismo, de modo que cuando esperamos que algo nos sepa bien (o mal), en realidad nos sepa de esa manera?

Las expectativas pueden influir en casi todos los aspectos de nuestra vida.



Nunca subestime el poder de la presentación.

Las expectativas también configuran estereotipos. Un estereotipo es una imagen, idea o noción inmutable que tiene un grupo social sobre otro, al que le son atribuidos de forma generalizada conductas, cualidades, habilidades o rasgos distintivos, (Imaginario, 2020). El cerebro no puede partir de cero ante cada nueva situación. Ha de basarse en lo que ha visto antes. Por esa razón, los estereotipos no son intrínsecamente malos, ya que proporcionan atajos en el interminable intento de dar sentido a nuestro complejo entorno.

Las investigaciones sobre los estereotipos muestran que no sólo reaccionamos de manera diferente cuando nos estereotipan sobre un grupo de personas, sino que las personas que sostienen ese estereotipo reaccionan de manera diferente cuando son conscientes de las marcas que se ven obligadas a usar. Varias reacciones (en términos psicológicos, esta designación las "destruye").

Si bien no podemos escapar de nuestros prejuicios y conocimientos previos, tal vez al menos podamos admitir que todos tenemos prejuicios. A partir de esta comprensión, tal vez podamos suponer que los conflictos a menudo requieren que un tercero neutral formule reglas y regulaciones. Por lo tanto, estamos atrapados en nuestra propia perspectiva y esto nos ciega parcialmente de la verdad, es por esto que una tercera parte que sea neutral nos ayudará ya que no está contaminada por nuestras expectativas.

Otro aspecto muy interesante es el contexto de nuestro carácter, qué podemos hacer al respecto al ser deshonestos. Adam Smith, el gran economista y pensador, tenía una simpática respuesta: «La naturaleza, cuando formó al hombre para la sociedad, le dotó de un originario deseo de placer y de una originaria aversión a ofender a sus hermanos. Le enseñó a sentir placer en su consideración favorable, y dolor en su consideración desfavorable».

A ello añadía Smith: «El éxito de la mayoría de la gente... casi siempre depende del favor y la buena opinión de sus vecinos e iguales; y sin una conducta tolerablemente regular éstos raramente pueden obtenerse. En tales situaciones, pues, el viejo proverbio de que la honestidad es siempre la mejor política resulta casi siempre absolutamente cierto».

La teoría de Smith tiene una conclusión más oscura: a medida que las personas se involucran en un análisis de costo-beneficio de su propia honestidad, también pueden involucrarse en un análisis de costo-beneficio de la posibilidad de deshonestidad. Según este punto de vista, las personas son honestas sólo cuando les conviene (esto incluye su deseo de complacer a los demás).

Por otra parte, Sigmund Freud explicaba que, al crecer en el ámbito de la sociedad, todos internalizamos las virtudes sociales. Esa internalización conduce al desarrollo del super-yo. En general, el super-yo se siente complacido cuando cumplimos con la ética de la sociedad, y descontento cuando no lo hacemos. Expertos en

Ciencias de la Salud, E. (2023). Es interesante comparar estos dos puntos de vista ya que podemos analizar que el ser humano tiene una exigencia por complacer a otros pero podría ser que la conveniencia gana en virtud de ser deshonestos.

Conclusiones

Somos propensos a tomar decisiones irracionales, incluso cuando sabemos que lo hacemos. Esto se debe a que nuestros sesgos cognitivos nos llevan a evaluar la información de manera distorsionada. Por ejemplo, somos más propensos a aceptar ofertas que nos parecen injustas si nos sentimos presionados por el tiempo o si creemos que estamos obteniendo un buen trato.

Así como también, las emociones juegan un papel importante en nuestras decisiones. Cuando estamos motivados por las emociones, somos más propensos a tomar decisiones impulsivas y poco reflexivas. Por ejemplo, somos más propensos a comprar cosas que no necesitamos si estamos de buen humor o si nos sentimos estresados.

Por lo tanto, los entornos en los que tomamos decisiones influyen en nuestras elecciones. Los entornos que están diseñados para manipularnos pueden llevarnos a tomar decisiones que no son de nuestro mejor interés. Por ejemplo, los supermercados están diseñados para que compremos más de lo que necesitamos, utilizando técnicas como la colocación estratégica de los productos y la iluminación.

El libro "Las trampas del deseo" es una lectura obligada para cualquiera que quiera entender mejor cómo funcionan nuestras decisiones y cómo podemos tomarlas de manera más racional.

Bibliografías

De Expertos en Ciencias de la Salud, E. (2023, 8 marzo). Psicoanálisis: definición, elementos e influencia de las nuevas tecnologías. VIU España. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/psicoanalisis-definicion-elementos-e-influencia-de-las-nuevas>

Imaginario, A. (2020, 28 abril). Estereotipos. Significados. <https://www.significados.com/estereotipo/>

La ciencia de la Economía. La teoría de los sentimientos morales. (s. f.). https://www.eumed.net/cursecon/economistas/adam_smith.htm

Suárez, J. D. (2023, 25 septiembre). ¿Qué son las expectativas? su significado psicológico. Rincón de la Psicología. <https://rinconpsicologia.com/expectativas-significado-ejemplos/>